

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRODUCT QUALITY*,
DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA
CARREFOUR NGAGEL SURABAYA DENGAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI MEDIATOR



OLEH:
Steven Daniel Soewandi
3103009052

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRODUCT QUALITY*,
DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA
CARREFOUR NGAGEL SURABAYA DENGAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI MEDIATOR

SKRIPSI S1
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Bisnis

Steven Daniel Soewandi
3103009052

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRODUCT QUALITY*,
DAN *PRICE* TERHADAP *CONSUMER LOYALTY* PADA
CARREFOUR NGAGEL SURABAYA DENGAN
CONSUMER SATISFACTION SEBAGAI MEDIATOR**

OLEH:

**Steven Daniel Socwandi
3103009052**

**Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji**

Pembimbing I,



**Drs. Ec. Julius Koesworo, MM, QWP
Tanggal: 12 Oktober 2015**

Pembimbing II,



**Dr. Dyah Tulipa, MM
Tanggal: 12 Oktober 2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Steven Daniel Soewandi NRP 3103009052, Telah diuji pada tanggal 16 Desember 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji



Ketua Tim Penguji:



Dr. Diah Tulipa, MM.

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Steven Daniel Soewandi

NRP : 3103009052

Judul Skripsi : PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA CARREFOUR NGAGEL SURABAYA DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI MEDIATOR

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Oktober 2015
Yang menyatakan



(Steven Daniel Soewandi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan yang berjudul Pengaruh *Service Quality*, *Product Quality*, Dan *Price* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Carrefour Ngagel Surabaya Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Mediator ini dengan baik. Penulis sangat bersyukur kerana telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Drs. Ec. Julius Koesworo, MM, QWP selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Dr. Dyah Tulipa, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Kepada Dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
6. Kepada keluarga saya yang telah memberikan banyak dukungan, doa, cinta dan kasih sayang, dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh.

7. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan.
8. Kepada teman-teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan laporan ini, terima kasih atas semangat, bantuan, saran, dan doanya.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, 12 Oktober 2015

Steven Daniel Soewandi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	11
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	25
2.4. Kerangka Teoritis.....	31
2.5. Hipotesis.....	31

BAB 3. METODE PELAKSANAAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	33
3.2. Identifikasi Variabel.....	33
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	37
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel....	37
3.7. Teknik Analisis Data.....	39

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden.....	46
4.2. Statistik Deskriptif.....	49
4.3. Uji Asumsi SEM.....	55
4.4. Uji Keseluruhan Model.....	59
4.5. Persamaan Struktural.....	60
4.6. Pengujian Hipotesis.....	62
4.7. Pembahasan.....	64

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1. <i>Godness of Fit</i>	44
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2. Usia.....	47
Tabel 4.3. Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4. Pernah Belanja di Carrefour dalam 1 Bulan Terakhir....	49
Tabel 4.5. Kategori Interval Kelas.....	49
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif <i>Perceived Service Quality</i>	50
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif <i>Perceived Product Quality</i>	51
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif <i>Perceived Price Fairness</i>	52
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	53
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	54
Tabel 4.11. Hasil Uji Univariate Normalitas.....	56
Tabel 4.12. Hasil Uji Multivariate Normalitas.....	56
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.15. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	59
Tabel 4.16. Hasil Persamaan Struktural.....	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Teoritis.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Normalitas
- Lampiran 8. Uji Struktural Equation Model
- Lampiran 9 Hasil Estimates
- Lampiran 10 Hasil Standardized
- Lampiran 11 Hasil T-value

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh *service quality*, *product quality*, dan *price* terhadap *customer loyalty* pada Carrefour ngagel Surabaya dengan *customer satisfaction* sebagai mediator. Sampel yang digunakan berjumlah 150 orang konsumen Carrefour Ngagel. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *structural equation model*. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *perceived product quality* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction* yang pada akhirnya juga memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*. Selain itu juga *perceived service quality* memiliki pengaruh terhadap *consumer satisfaction* yang pada akhirnya juga memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini juga menemukan bahwa *perceived price fairness* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction* yang pada akhirnya juga memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*.

Keyword: *Perceived Product Quality; Perceived Service Quality; Perceived Price Fairness; Customer Satisfaction; Customer Loyalty*